

## PENGARUH STRATEGI TV COMMERCIAL TERHADAP HASIL BELAJAR AFEKTIF MATA PELAJARAN PAI DAN BUDI PEKERTI SISWA KELAS 8 DI SMP NEGERI 5 YOGYAKARTA

Izmi Rafi Hamdini

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
izmirafi@rocketmail.com

Eva Latipah

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Eva.latipah@uin-suka.ac.id

---

DOI : 10.14421/jpai.2017.142-02

---

### Abstract

*TV Commercial Strategy is a learning strategy by forming a team in random based on the number of the students in a classroom that are assigned to create a TV Commercial or other forms of advertisements that is relevant to the learning materials. TV Commercial Strategy aims to develop cooperation among students. This research belongs to experimental research using PreTest-PostTest Design Experiment. The data were collected through self-assessment, interviews, and documentation methods. The results of t-test show that TV Commercial Strategy influences the affective learning results in the subject of PAI and Character, It can be seen from the score of  $t_{table}$  at the significant rate of 5%, which is as much as 2,04. The score of T is  $(0,007) < 0,05$ . Because  $t\text{-value}$  is  $> t_{table}$   $(-2,887 > 2,04)$ , there is significant difference. The influence of TV Commercial Strategy on the affective learning result can be seen from the score of  $R^2$ , which is as much as  $0,687^2 = 0,47$  (47%). The rest of the percentage, which is as much as 53% is from other factors influencing the improvement of learning results.*

**Keywords:** TV Commercial strategies, affective learning result, islamic education and character

### Abstrak

Strategi TV Commercial adalah strategi pembelajaran dengan membentuk suatu tim secara acak sesuai dengan jumlah siswa dalam satu kelas yang diberikan perlakuan membuat suatu iklan TV maupun iklan dari sumber lain sesuai dengan materi pembelajaran. Strategi TV Commercial bertujuan untuk menumbuhkan rasa kerja sama antar siswa. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian eksperimen dengan rancangan PreTest-PostTest Design Eksperimen. Metode pengumpulan data menggunakan metode penilaian diri, wawancara, dokumentasi. Hasil dari uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh strategi TV Commercial terhadap hasil belajar afektif mata pelajaran PAI dan Budi Pekerti yaitu terlihat pada nilai  $t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% sebesar 2,04. T sebesar  $(0,007) < 0,05$ . Dan karena  $t\text{-value} > t_{tabel}$   $(-2,887 > 2,04)$ , maka ada perbedaan yang signifikan. Besar pengaruh strategi TV Commercial terhadap hasil belajar afektif dapat dilihat dari peningkatan hasil belajar afektif yaitu  $R=0,687^2 = 0,47$  (47%) peningkatan hasil belajar afektif dikarenakan strategi TV Commercial, sisanya 53% disebabkan faktor lain.

**Kata kunci:** Strategi TV Commercial, hasil belajar afektif, PAI dan Budi Pekerti.

## Pendahuluan

Pembelajaran merupakan suatu proses belajar yang berulang-ulang dan menyebabkan adanya perubahan perilaku yang disadari dan cenderung bersifat tetap. (Thobroni dan Mustofa, 2013 : 21). Sekolah adalah suatu lembaga yang bertujuan mempersiapkan anak untuk hidup sebagai anggota masyarakat yang sanggup berpikir sendiri dan berbuat efektif.

Perubahan kurikulum sekolah menimbulkan masalah. Masalah-masalah itu adalah: (1) tujuan yang akan dicapai mungkin berubah, sehingga okok bahasan, kegiatan belajar-mengajar, dan evaluasi akan berubah; (2) isi pendidikan berubah yang mengakibatkan buku-buku pelajaran, buku bacaan, dan sumber yang lain akan berubah. Hal ini akan menimbulkan perubahan anggaran pendidikan di semua tingkat; (3) kegiatan belajar-mengajar berubah; akibatnya guru harus mempelajari strategi, metode, teknik, dan pendekatan mengajar yang baru. Bila pendekatan belajar berubah, maka kebiasaan belajar siswa juga akan mengalami perubahan, dan (4) evaluasi berubah; akibatnya guru akan

mempelajari metode dan teknik evaluasi belajar yang baru. Bila evaluasi berubah, maka siswa akan mempelajari cara-cara belajar yang sesuai dengan ukuran lulusan yang baru. (Dimiyati dan Mujiono, 2013: 253-254).

Salah satu sekolah yang telah menerapkan kurikulum 2013 adalah SMP Negeri 5 Yogyakarta, yaitu kelas VII. Strategi pembelajaran kurikulum 2013 yang sering digunakan di SMP Negeri 5 Yogyakarta selama penerapan kurikulum 2013, adalah dengan pendekatan CTL (*Contextual Learning*), dan *Cooperatif Learning* tipe STAD (*Student Teams-Achievement Divisio*) dan Jigsaw. Strategi *TV Commercial* merupakan suatu strategi pembelajaran sekaligus permainan dalam pembelajaran yang umumnya dilakukan secara berkelompok. Diharapkan pembelajaran yang diberi perlakuan/strategi *TV Commercial* tersebut, akan menarik rasa kerja sama antar peserta didik karena adanya permainan/*games* secara kelompok maupun individu, mereka akan merasakan keterkaitannya pada kehidupan.

Adapun aspek-aspek ranah afektif menurut Krathwohl & Bloom, dkk, terdiri dari lima perilaku-perilaku, yaitu penerimaan, partisipasi, penilaian dan penentuan sikap, organisasi dan pembentukan pola hidup. (Djiwandono, 2008 : 213). Beberapa faktor yang mempengaruhinya antara lain ialah faktor lingkungan, faktor instrumental, kondisi psikologis, dan kondisi fisiologis. (Rohmah, 2012 : 195-196).

Strategi pembelajaran *TV Commercial* akan menarik perhatian siswa pada umumnya, karena dilakukan dengan cara membuat iklan televisi dalam bentuk poster yang dibuat oleh siswa dan ditempelkan di dinding-dinding kelas atau bisa juga dalam bentuk peragaan layaknya mengiklankan sebuah pengetahuan untuk audience. *Strategi TV Commercial* juga dapat menanamkan nilai-nilai dari materi pelajaran yang telah siswa pelajari dari iklan televisi yang telah mereka buat karena iklan televisi tersebut sesuai dengan materi yang telah disampaikan oleh guru. Berdasarkan dengan latar belakang tersebut, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana

pengaruh strategi *TV Commercial* terhadap hasil belajar afektif siswa pada mata pelajaran PAI dan Budi Pekerti dan bagaimana upaya guru untuk menumbuhkan kreativitas siswa kelas 8 SMP Negeri 5 Yogyakarta khususnya dalam mata pelajaran PAI dan Budi Pekerti.

## **Metode Penelitian**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan langsung di lokasi atau lapangan, jika ditinjau menurut lokasi penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Selain itu, fokus pendekatannya juga menggunakan pendekatan psikologi pendidikan karena berkaitan dengan tingkah laku peserta didik yang menggambarkan kondisi jiwanya.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan Oktober sampai dengan November 2015. Sedangkan tempat penelitian dilaksanakan di SMP Negeri 5 Yogyakarta, yang terletak di Jalan Wardani Nomor 1 Yogyakarta,

Kelurahan Kotabaru, Kecamatan Gondokusuman, Kota Yogyakarta.

#### Target/Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini yaitu para siswa baik laki-laki maupun perempuan yang memiliki karakteristik: berusia 13,5-15,5 tahun, beragama Islam dan siswa yang memiliki hasil belajar afektif yang kurang.

#### Prosedur

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksperimen dengan rancangan penelitian yang digunakan adalah *One Group Pretest-Posttest Design Eksperiment*.

Tabel 1. Rancangan Penelitian

Kelompok	Pre-test	Treatment	Post-test
Eksperimen	$O_1$	X	$O_2$

Prosedurnya ialah kelompok eksperimen diberi *pre-test* kemudian diberi perlakuan dan selanjutnya diberi *post-test*. Dengan demikian, hasil dari eksperimen tersebut dapat diketahui lebih akurat karena dapat membandingkan dengan keadaan sebelum diberi perlakuan. Perubahan nilai  $O_1$  dan  $O_2$  dihubungkan dengan

faktor perlakuan yaitu X, maka rumus menghitung hasil eksperimen adalah :  
akibat perlakuan =  $O_2 - O_1$

#### Data, Instrumen, dan Teknik

##### Pengumpulan Data

Kelas penelitian dimana para siswa baik laki-laki maupun perempuan yang memiliki karakteristik: berusia 13,5-15,5 tahun, beragama Islam dan siswa yang memiliki hasil belajar afektif yang kurang, ditentukan oleh teknik *sampling*, yaitu *Purposive Sampling* dimana dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu. (Nasution, 2006 : 98). Sedangkan data mengenai hasil belajar afektif melalui hasil penilaian diri, wawancara dan dokumentasi.

##### Teknik Analisis Data

Untuk mengecek keabsahan data, Untuk mengecek keabsahan data, peneliti menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas yang digunakan adalah validitas isi yaitu melalui pendapat profesional dalam telaah butir berdasarkan kisi-kisi penilaian diri hasil belajar afektif siswa dalam mapel PAI dan Budi Pekerti.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Hasil Belajar Afektif

Pembelajaran Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI) dan Budi Pekerti di SMP Negeri 5 Yogyakarta tidak dilakukan pada saat pembelajaran di kelas saja, melainkan di luar kelas, seperti kegiatan keagamaan seperti sholat dhuhur berjamaah secara rutin dan terjadwal, kulum setelah sholat, dan kegiatan lainnya adalah sholat Dhuha.

Dalam proses penyampaian belajar mengajar pada mata pelajaran PAI dan Budi Pekerti saat ini yang dilakukan guru masih dominan pada ranah kognitif saja, sedangkan ranah afektifnya kurang begitu diterapkan, sehingga peserta didik hanya mengetahui tentang teori yang terdapat dalam PAI saja sedangkan nilai-nilai yang terkandung dalam PAI kurang dipahami dan dipraktekkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu yang menyebabkan kurangnya hasil belajar afektif siswa.

Jalannya penelitian adalah sebagai berikut: sebelum guru memberikan perlakuan strategi TV Commercial, peneliti memberikan *pre-*

*test* untuk siswa, kemudian dilanjutkan pemberian materi pelajaran dari guru yang dilanjutkan dengan perlakuan strategi TV Commercial.

Tabel 2. Jalannya Penelitian

	Perlakuan I	Perlakuan II
Bentuk Strategi TV Commercial	Poster	Peragaan
Materi Pembelajaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengertian Puasa Wajib</li> <li>• Pengertian Puasa Sunnah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Waktu yang diharamkan untuk berpuasa,</li> <li>• orang-orang yang boleh tidak melakukan puasa</li> <li>• Ramadhan dan hikmah berpuasa.</li> </ul>

Setelah pemberian perlakuan strategi TV Commercial sesuai dengan Rencana Pelaksanaan Penelitian (RPP) yang dibuat peneliti, guru memberikan suatu kesimpulan dari materi pelajaran pada hari itu. Kemudian peneliti memberikan *post-test* penilaian diri hasil belajar afektif pada masing-masing siswa. Soal *post-test* yang diberikan kepada siswa setelah perlakuan strategi TV Commercial adalah sama dengan *pre-*

test penilaian diri hasil belajar afektif sebelum perlakuan strategi TV Commercial yaitu sebanyak 29 soal. Setelah semua siswa di kelas 8.5 mengerjakan *post-test* yang diberikan oleh peneliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara *pretest* yang diberikan kepada siswa sebelum perlakuan strategi TVCommercial dan sesudah perlakuan strategi TV Commercial, dimana diketahui bahwa nilai  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ).

Tabel 3. Hasil Uji *Pre-Test* dan *Post-Test*

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	preafektif	151.00	30	17.319	3.162
	postafektif	159.17	30	20.927	3.821

Jika  $r$  dikuadratkan maka menunjukkan strategi TV Commercial terhadap perubahan hasil belajar afektif pada siswa. Terlihat bahwa strategi TV Commercial terhadap peningkatan hasil belajar afektif  $0,687^2 = 0,47$  (47%) peningkatan hasil belajar afektif dikarenakan strategi TV

Commercial sisanya 53% disebabkan faktor lain.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Hasil Belajar Afektif

1. Faktor Lingkungan; meliputi lingkungan alami yaitu tempat tinggal anak didik hidup dan berusaha didalamnya, tidak boleh ada pencemaran lingkungan dan lingkungan sosial budaya (hubungan dengan manusia sebagai makhluk sosial)
2. Faktor Instrumental; yaitu seperangkat kelengkapan dalam berbagai bentuk untuk mencapai tujuan, yang meliputi: kurikulum, program, sarana dan fasilitas, dan guru.
3. Kondisi Fisiologis; kesehatan jasmani seperti gizi yang cukup tinggi dan kondisi panca indera

Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 preafektif & postafektif	30	.687	.000

4. Kondisi Psikologis; minat, kecerdasan, bakat, motivasi, dan kemampuan kognitif.

Meningkatnya hasil belajar afektif siswa yang dapat dilihat dari



nilai *post-test* siswa, artinya strategi TV Commercial dapat menumbuhkan semangat bagi peserta didik dan mendidik peserta didik untuk mengetahui nilai dari materi yang diajarkan dalam kehidupan nyata. Berdasarkan hasil selisih yang diperoleh antara *pretest* dan *posttest* yaitu -8,31, dapat dikatakan bahwa hasil belajar afektif siswa di kelas eksperimen meningkat dengan adanya perlakuan strategi TV Commercial, sebagaimana dilihat dari aspek sikap siswa seperti yang diungkapkan oleh Krathwohl dan Bloom terhadap materi pelajaran yang telah diterima oleh siswa yang meliputi: penerimaan, partisipasi, penilaian dan penentuan sikap, organisasi, dan pembentukan pola hidup.

Dari hasil uji beda-t diperoleh nilai  $t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% sebesar 2,04. Sig.p sebesar (0,007) < 0,05, maka ada perbedaan pada taraf 5%, karena aturannya bahwa nilai sig.p < 0,05, maka ada perbedaan pada taraf 5%, jika nilai sig.p < 0,01, maka ada perbedaan yang signifikan pada taraf 1%, Atau jika t-value >  $t_{tabel}$  (-2,887 > 2,04), maka terdapat perbedaan.

Tabel 4. Hasil Wawancara dan Observasi

No	Hasil Observasi dan Wawancara
1	Strategi TV Commercial di SMP Negeri 5 Yogyakarta belum pernah diterapkan pada pembelajaran PAI dan Budi Pekerti kelas 8
2	Respon siswa terhadap strategi TV Commercial yang dilakukan oleh peneliti antara lain: baik, menarik, dan merupakan hal yang baru
3	Saat diberikan perlakuan, siswa merasa antusias dalam mengembangkan kreatifitas mereka dalam mengerjakan tugas yang diberikan guru
4	Siswa bekerjasama dengan baik, semua aktif berdiskusi dengan kelompoknya masing-masing dengan kreatifitas mereka sendiri-sendiri dalam membuat iklan televisi

Penilaian hasil belajar afektif dari guru PAI dan Budi Pekerti di SMP Negeri 5 Yogyakarta sudah memenuhi teori dalam buku dan sesuai dengan kriteria penilaian berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 104 tahun 2014 tentang Penilaian Hasil Belajar oleh Pendidik pada Pendidikan Dasar dan Menengah.

Hasil dari skala sikap, skor sikap responden rata-rata semua siswa kelas 8.5 menyatakan persetujuan pada semua pernyataan pada penilaian diri hasil belajar afektif mata

pelajaran PAI dan Budi Pekerti pada siswa yakni diantara skor 5 sampai dengan 7. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sikap siswa kelas 8.5 SMP Negeri 5 Yogyakarta bersikap positif atau favorabel.

Selain itu, berkaitan dengan teori Abraham Maslow bahwa dalam tahap Aktualisasi diri (*self actualization*) seperti antara lain kebutuhan mempertinggi potensi-potensi yang dimiliki, pengembangan diri secara maksimum, kreativitas, dan ekspresi diri, maka sebagai peserta didik juga memerlukan kebutuhan tersebut di sekolah, terutama di kelas.

Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 17 yang berkaitan sebagai dasar untuk bersikap kreatif yang artinya:

*"Maka apakah (Allah) yang menciptakan itu sama dengan yang tidak dapat menciptakan (apa-apa)? Maka mengapa kamu tidak mengambil pelajaran."* (QS. An-Nahl: 17)

Dalam perspektif Islam, kreatif diartikan sebagai kesadaran keimanan seseorang untuk menggunakan daya dan kemampuan yang dimiliki sebagai wujud syukur atas nikmat Allah guna menghasilkan sesuatu yang terbaik dan bermanfaat bagi kehidupan sebagai wujud pengabdian yang tulus

kepada Allah SWT. Berdasarkan ayat tersebut, strategi *TV Commercial* menunjukkan adanya pengembangan kreativitas siswa yang dapat dilihat dari praktiknya, seperti membuat poster/slogan, dan peragaan membuat iklan, adalah termasuk meningkatkan jiwa kreativitas dalam diri siswa.

Siswa yang memiliki hasil belajar afektif yang tinggi juga dapat diamati dari proses dia mengikuti pembelajaran di kelas, saat perlakuan strategi *TV Commercial* diberikan, dan saat dia menerima pelajaran serta setelah diberikan perlakuan, apakah muncul perbedaan ataukah tidak, ciri-ciri siswa yang mempunyai hasil belajar afektif yang tinggi antara lain:

1. Kemampuan untuk menerima pelajaran dari pendidik
2. Perhatian peserta didik terhadap materi yang dijelaskan pendidik
3. Penghargaan peserta didik terhadap pendidik
4. Hasrat peserta didik untuk bertanya kepada pendidik
5. Kemauan untuk mempelajari bahan pelajaran lebih lanjut
6. Kemauan untuk menerapkan hasil pelajaran



7. Senang terhadap pendidik dan mata pelajaran yang diberikan. (Sujana, 1995: 31-32).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti dengan bantuan partner dalam penelitian ini, saat diberikan perlakuan, siswa merasa antusias dalam mengembangkan kreatifitas mereka dalam mengerjakan tugas yang diberikan guru, dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian eksperimen, sehingga yang memberikan perlakuan strategi *TV Commercial* adalah guru mata pelajaran PAI dan Budi Pekerti, peneliti hanya memberikan acuan atau semacam Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) kepada guru mata pelajaran PAI dan Budi Pekerti kelas 8 SMP Negeri 5 Yogyakarta, yaitu Bapak Heru Syafruddin Amali.

## Simpulan

Proses pembelajaran akan menyenangkan jika seorang guru dapat memberikan inovasi-inovasi pembelajaran seperti menyampaikan materi pelajaran dengan menggunakan strategi pembelajaran yang lebih bervariasi setiap

pertemuan. Dalam proses pembelajaran yang menyenangkan, akan membuat siswa lebih antusias dan termotivasi untuk memberikan feedback dari materi pelajaran yang sedang dipelajari dan siswa akan lebih mudah mengambil hikmah atau nilai yang terkandung dalam materi pembelajaran agar dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

## Saran

Strategi *TV Commercial* merupakan salah satu strategi yang dapat menumbuhkan semangat kerja sama siswa dalam proses pembelajaran, karena dilakukan secara berke-lompok dan dapat divariasikan dengan bentuk yang berbeda-beda sesuai dengan materi pelajaran yang sedang dipelajari.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. (2014). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dimiyati dan Mudjiono. (2013). *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Djiwandono, Sri Esti Wuryani. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Hamid, Hamdani. (2012). *Pengembangan Kurikulum Pendidikan*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Kedaulatan Rakyat, "DIY Kembali Kurikulum 2006", Kamis Legi, 22 Januari 2015.
- Kuntjoro. (1991). *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia.
- Lampiran Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 2676 Tahun 2013 Tentang Kurikulum 2013 Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam dan Bahasa Arab di Madrasah
- Mulyasa. (2014). *Guru dalam Implementasi Kurikulum 2013*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nabila, Jihan. (2015). *Strategi Pembelajaran Berbasis Pendekatan Saintifik Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam*. Yogyakarta: Diandra Creative.
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No 81 A Tahun 2013 tentang Implementasi Kurikulum 2013.
- Sunhaji. (2009). *Strategi Pembelajaran: Konsep Dasar, Metode, dan Aplikasi dalam Proses Belajar Mengajar*. Yogyakarta: Grafindo Litera Media.
- Suprananto. (2012). *Pengukuran dan Penilaian Pendidikan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Thobroni, Muhammad dan Arif Mustofa. (2013). *Belajar dan Pembelajaran: Pengembangan Wacana dan Praktik Pembelajaran dalam Pembangunan Nasional*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Yulius, Slamet. (2008). *Pengantar Penelitian Kuantitatif*. Surakarta: LPP UNS.